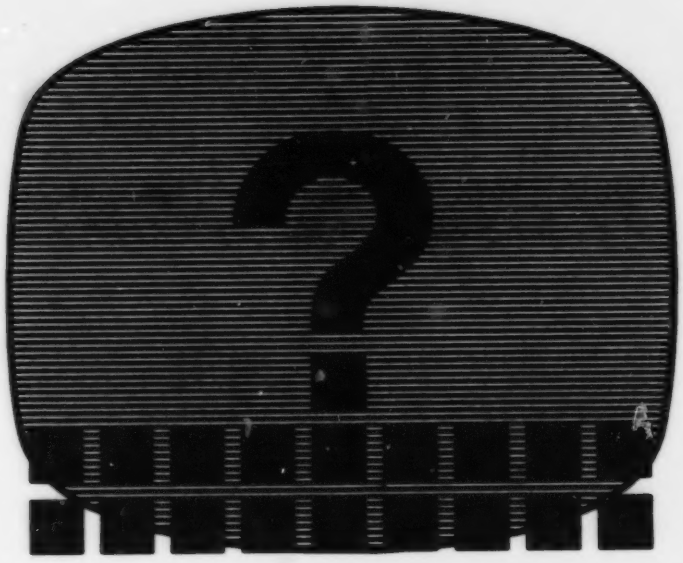

LES QUÉBÉCOIS FRANCOPHONES ET L'ÉCOUTE DE LA TÉLÉVISION

Étude réalisée
dans le cadre du rapport sur l'avenir
de la télévision francophone

Canada

Québec

L'auteure de cette étude est madame Christine Eddie du ministère des Communications du Québec. Elle a été réalisée, en mars 1985, pour le compte du Comité fédéral - provincial sur l'avenir de la télévision francophone, mis sur pied par les ministres des Communications du Québec et du Canada, en vue d'étudier la situation de la télévision francophone au Québec et au Canada et de proposer des axes de développement.

La présente étude ainsi que quinze autres études, certaines originales et d'autres à caractère documentaire, ont servi d'instrument de réflexion au comité et lui ont permis d'élaborer les orientations proposées dans le rapport sur L'avenir de la télévision francophone rendu public en mai 1985. La liste des seize titres apparaît à la dernière page de cette étude.

Édition réalisée à la Direction des communications du ministère des Communications du Québec

Gouvernement du Québec
©
Gouvernement du Canada
Dépôt légal - 4e trimestre 1985
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

ISBN 2-550-12433-2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	1
1. Un loisir important	3
1.1 Un loisir plus faible chez les francophones de Montréal	3
1.2 Un loisir plus faible l'été que durant les autres saisons	5
1.3 Un loisir plus important pour les adultes	6
2. Une préférence pour les télévisions conventionnelles	9
2.1 L'écoute des nouveaux services en télévision	9
2.2 L'écoute des télévisions conventionnelles	14
3. L'attrait des télévisions de langue anglaise	19
3.1 La régression des transferts d'écoute	19
3.2 L'importance des programmations offertes	20
Conclusion	23

INTRODUCTION

Nous tenterons ici de donner les grandes lignes de l'évolution des habitudes d'écoute des francophones québécois. Idéalement, nous aurions souhaité reprendre de longues séries chronologiques et évaluer les tendances perceptibles depuis plus d'une dizaine d'années. Or, des commandes spéciales faites à BBM nous permettent d'examiner l'écoute des francophones depuis 1981. Certaines données concernant les années 1976, 1978 et 1979 nous sont accessibles par le biais de la première étude sur le sujet par André Caron et Luc Giroux[1]. Le matériel disponible pour l'analyse nous limite cependant à ces seules années.

Sauf indication contraire, donc, tous les chiffres cités proviendront des deux sources indiquées ci-haut.

Nous aurions également voulu intégrer les francophones hors-Québec aux cadres de cette étude. Les données les concernant sont toutefois quasi inexistantes. Par ailleurs, le fait demeure que plus de 93 % de l'écoute de toutes les télévisions francophones au Canada provient du Québec. Aussi avons-nous privilégié la population francophone québécoise.

Nous aborderons la question de l'écoute sous trois aspects différents: le temps consacré au média en général, l'écoute des télévisions conventionnelles par rapport à celles des "nouveaux services" (TVP, canaux spécialisés, magnétoscope, etc.) et enfin l'écoute des télévisions selon la langue de diffusion.

---

(1) Caron, André H. et al. Les Canadiens-français et l'écoute de la télévision anglophone. Évolution 1976-1981. Département de communication, U. de Montréal, juillet 1983.

1. UN LOISIR IMPORTANT

Depuis 15 ans, le nombre de ménages canadiens ne possédant pas de téléviseur est infime (moins de 2 %). Aussi la presque totalité de la population a-t-elle accès à un loisir qui occupe une part importante de ses temps libres. On estime, en effet, que le nombre moyen d'heures passées devant le petit écran se situe entre 22 et 26 heures par semaine, par habitant. Cette moyenne varie selon les années et selon les provinces. Elle change également, nous le verrons aussi, selon les saisons et selon les groupes d'âge observés.

1.1 Un loisir plus faible chez les francophones de Montréal

On reconnaît généralement que les Québécois sont parmi les plus forts consommateurs de télévision au pays, leur moyenne d'heures d'écoute se situant chaque année - sauf en 1983 - au-dessus de la moyenne nationale.

Toutefois, lorsqu'on distingue l'écoute des Québécois selon leur langue et selon qu'ils habitent ou non Montréal, il faut faire trois nuances importantes (voir tableau 1):

a) les francophones de Montréal écoutent beaucoup moins la télévision que les francophones habitant les autres régions du Québec (entre une et quatre heures/semaine de différence);

b) les francophones de Montréal ont une consommation de la télévision inférieure à celle des anglophones de Montréal, sauf en 1984;

c) de 1981 à 1983, le nombre d'heures allouées à la télévision par tous les francophones était à la baisse mais est remonté en 1984 sauf dans le cas des Montréalais où il continue à diminuer.

Tableau 1

Heures d'écoute de la télévision par semaine, per capita, automnes 1981 à 1984.

	1981	1982	1983	1984
Francophones				
de Montréal	23,1	23,0	22,4	22,1
hors Montréal	25,8	25,1	23,6	26,4
Total Québec	24,7	24,3	23,1	24,6
Anglophones				
de Montréal	24,5	24,4	25,8	21,8

Déjà, un lien est à faire entre l'écoute et les programmations offertes. En effet, on constate qu'en 1983 l'écoute des anglophones a augmenté alors que celle des francophones a diminué et que, l'année suivante, le phénomène inverse s'est produit. Or, une analyse des grilles horaires proposées au moment des sondages BBM[1] indique clairement qu'à l'automne 1983 la programmation francophone accusait de nombreuses faiblesses et était concurrencée par une programmation anglophone très attrayante; en 1984, par contre, les télévisions francophones offraient des émissions renouvelées et coûteuses qui connurent un grand succès alors que les télévisions anglophones ne présentaient pas les genres qui, l'année précédente, les avaient rendues populaires (longs métrages récents, mini-séries, spéciaux). Ajoutons aussi que si les francophones, en 1983, s'étaient tournés de façon importante vers les télévisions anglophones, il est intéressant de noter qu'à l'automne 1984, l'écoute des anglophones aux stations francophones avait augmenté. Mais nous reviendrons plus loin sur cette question.

(1) Programmations francophones et anglophones: le jeu de la concurrence (en deux parties), DGDC/MCQ, février 1985.

1.2 Un loisir plus faible l'été que durant les autres saisons

BBM effectue ses sondages nationaux trois fois par année: au printemps, à l'automne et durant l'été. Or, les chiffres indiqués au tableau 1 proviennent des sondages d'automne. Si les sondages du printemps indiquent des tendances similaires, ceux de l'été sont, pour leur part, tout à fait contrastants.

En matière de télévision, la période estivale est plutôt considérée comme étant une saison morte. Les grilles horaires, francophones en particulier, regorgent alors de reprises, font relâche en ce qui a trait à leurs séries régulières les plus populaires et innovent très peu. C'est ainsi qu'au lieu de se maintenir entre 22 et 26 heures, le nombre d'heures d'écoute hebdomadaires par habitant baisse sensiblement, oscillant entre 13 et 16 heures chez les francophones du Québec et entre 18 et 20 heures chez les anglophones de Montréal (voir tableau 2).

Tableau 2

Heures d'écoute de la télévision par semaine, per capita, étés 1981 à 1984.

	1981	1982	1983	1984
Francophones				
de Montréal	16,3	14,1	13,0	13,7
hors Montréal	16,6	15,2	13,0	13,9
Total Québec	16,5	14,7	13,0	13,8
Anglophones				
de Montréal	18,5	20,0	18,1	20,0

Pour cette raison, essentiellement, les données retenues dans les études sur l'écoute télévisuelle sont généralement celles de l'automne ou du printemps. Mais, pour cette raison aussi, certains estiment que les télévisions auraient intérêt à renforcer leurs stratégies de programmation en

été pour éviter, par exemple, que les téléspectateurs ne prennent, durant cette période, de nouvelles habitudes d'écoute (stations américaines, magnétoscopes, vidéo club).

1.3 Un loisir plus important pour les adultes

Certes, étant donné que 76 % de la population québécoise de 2 ans et plus est constituée d'adultes(1), il est normal que 80 % des heures d'écoute des francophones québécois proviennent du groupe d'âge des 18 ans et plus. On note cependant que les heures d'écoute établies sur une base per capita sont plus faibles chez les enfants et les adolescents que chez les adultes (voir tableau 3).

Tableau 3

Heures d'écoute de la télévision par semaine, per capita, selon les groupes d'âge, automne 1984.

	2-11 ans	12-17 ans	18 ans et plus
Francophones			
de Montréal	17,0	17,6	23,4
hors Montréal	22,4	22,8	27,5
Total Québec	20,3	20,8	25,8

Les moins de 18 ans consacrent donc moins de temps que leurs aînés à la télévision. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette différence d'intérêt.

Il est vrai que le premier public visé par les télévisions est, avant tout, celui des adultes. On note d'ailleurs que le nombre d'émissions pour enfants a diminué chez les télédiffuseurs francophones (privés surtout) depuis l'instauration, en avril 1980, de la loi abolissant la

(1) Compilation spéciale du BSQ pour 1984, à partir du recensement de Statistique Canada de 1981 (catalogue 92-901).

publicité destinée aux enfants(1). Quant aux adolescents, à part quelques rares émissions conçues expressément pour eux, ils n'ont jamais véritablement constitué un public spécifique pour les télévisions. Les contenus diffusés peuvent donc sembler moins attrayants pour les jeunes que pour les adultes, même si un grand nombre d'émissions dites "familiales" visent un public général, sans distinction quant au groupe d'âge.

À l'instar des adultes, on note que les jeunes francophones montréalais consomment moins de télévision que ceux qui habitent l'extérieur de la métropole.

Soulignons enfin que, jusqu'en 1983, les chiffres indiquaient une baisse de l'écoute si régulière chez les enfants depuis 1979 et chez les adolescents depuis 1980, qu'on aurait été tenté de parler d'une désaffection des jeunes à la télévision. L'année 1984 ayant vu se rehausser les moyennes, la tendance s'est atténuée et cette "désaffection", à tout le moins, ne s'est pas avérée irréversible.

(1) Ministère des Communications du Canada. Les effets de l'abolition de la publicité destinée aux enfants dans la province de Québec, Ottawa, 1984.

2. UNE PRÉFÉRENCE POUR LES TÉLÉVISIONS CONVENTIONNELLES

En 1985, les choix offerts par la télévision sont multiples. Ils varient toutefois selon que l'on s'abonne au câble, se munit d'un convertisseur de fréquences ou d'un magnétoscope ou choisit de s'abonner à la TVP. Et, bien que l'évolution en ces domaines soit plus marquée, au Québec, depuis quelques années (voir tableau 4), tous les francophones québécois n'ont pas accès aux mêmes services. Pour cette raison, essentiellement, et aussi parce qu'il s'agit de services très nouveaux, l'écoute des francophones est encore massivement centrée sur les télévisions conventionnelles et l'engouement pour les nouveaux services en télévision (canaux spécialisés, TVP, magnétoscope) est encore timide.

Tableau 4

Part des ménages québécois possédant (ou abonnés à) divers équipements de télévision, 1979 et 1984.

	1979	1984
téléviseur	98 %	98 %
téléviseur couleur	74 %	87 %
câble	37 %	48 %
convertisseur de fréquences	7 %	29 %
magnétoscope	-	10 %
TVP	-	4 %

Source: Statistique Canada. L'équipement ménager, cat. 64-202.

2.1 L'écoute des nouveaux services en télévision

Lorsqu'on examine la totalité des heures d'écoute des francophones, et le type de services auxquels elles sont allouées, on constate, à nouveau, que la région de Montréal se distingue de celle du reste du Québec. La part de l'écoute qui va aux télévisions payantes (francophones et anglophones), à TVFQ, aux vidéo-cassettes, aux canaux spécialisés et aux canaux du câble (météo, Intervision, canal communautaire, etc) est, en effet, un peu plus élevée à Montréal, en 1984, que dans les autres

régions québécoises (voir tableau 5). Elle est même plus élevée chez les francophones de Montréal (4 %) que chez les anglophones de cette ville (3 %).

Tableau 5

Part des heures d'écoute allouées par les francophones aux télévisions conventionnelles (RC, TVA, RQ, CTV, CBC, TVO, Global, stations américaines) et aux autres canaux (TVP, TVFQ, vidéo-cassettes, canaux spécialisés et canaux du câble), automnes 1981-1984.

	1981	1982	1983	1984
Montréal				
TV conventionnelles	99 %	99 %	98 %	96 %
autres	1 %	1 %	2 %	4 %
Hors Montréal				
TV conventionnelles	99 %	99 %	98 %	98 %
autres	1 %	1 %	2 %	2 %

L'enquête de Statistique Canada sur l'équipement des ménages révèle qu'en 1984, 51 % des ménages montréalais étaient abonnés au câble comparativement à 45 % des ménages québécois habitant à l'extérieur de Montréal. Cette différence suffit peut-être, à elle seule, à expliquer la légère avance des Montréalais dans des secteurs moins traditionnels de la télévision.

Il reste qu'à l'automne 1984, les francophones de l'ensemble du Québec allouaient 3 % de leur écoute à des télévisions non conventionnelles, et que cette écoute restait encore très marginale.

Les préférences des téléspectateurs allaient alors, dans l'ordre, aux télévisions payantes (qui occupaient 40 % de ces heures), aux magnétoscopes (30 %), aux canaux du câble (12 %), à TVFQ (12 %) et aux canaux spécialisés (6 %). Toutefois, seuls les canaux du câble étaient davantage écoutés à Montréal qu'à l'extérieur de Montréal (voir tableau 6).

Tableau 6

Part des heures d'écoute allouées par les francophones à chacun des "nouveaux services" selon qu'elles proviennent de Montréal ou de l'extérieur de Montréal, automne 1984.*

	Montréal	Hors Montréal	Total Québec
canaux du câble	54 %	46 %	100 %
TVFQ	49 %	51 %	100 %
vidéo-cassette	47 %	53 %	100 %
canaux spécialisés	44 %	56 %	100 %
TVP	41 %	59 %	100 %
Total "nouveaux services"	54 %	46 %	100 %

* À noter que 59 % de la population québécoise se trouve à l'extérieur de Montréal.

Parce que tous ces services sont très récents, il est difficile d'évaluer leur impact sur l'écoute des télévisions conventionnelles. Les canaux spécialisés, offerts depuis septembre 1984, n'en étaient, au moment du sondage de l'automne 1984, qu'à leurs débuts. Lorsqu'on compare la performance des autres services à l'automne 1983 et à l'automne 1984, on constate que l'écoute allouée à TVFQ a diminué de 24 %.

Par contre, l'écoute des canaux du câble a augmenté de 18 %, celle des télévisions payantes a augmenté de 71 % et l'usage de magnétoscopes a crû de 150 % (voir tableau 7).

L'usage des magnétoscopes a augmenté plus rapidement à Montréal (+271 %) que dans le reste du Québec (+94 %). On prévoit d'ailleurs que cet appareil connaîtra un essor très rapide d'ici quelques années: en 1990, 50 % des ménages canadiens devraient être équipés de magnétoscopes(1).

(1) Fullerton, Mimi. VCRs - Brosdcasting's latest "temple of doom"? Speech to the Canadian Association of Broadcasters, 23 octobre 1984, p. 4.

Tableau 7

Pourcentage d'accroissement de l'écoute par les francophones québécois de différents services entre 1983 et 1984.

	% d'accroissement 1983-1984
canaux du câble	+18 %
TVFQ	-24 %
vidéo-cassettes	+150 %
canaux spécialisés	-
TVP	+71 %
Total "nouveaux services"	+54 %

Leurs coûts diminuant constamment, ils sont de plus en plus accessibles et l'impact qu'ils pourraient avoir est suffisamment important pour que la firme BBM ait décidé, à partir du printemps 1985, de leur accorder un sondage spécial qui deviendra régulier.

De manière générale on estime que les incidences négatives des magnétoscopes sur les télévisions conventionnelles concernent surtout l'inévitable fragmentation des auditoires qu'ils susciteront et, dans le cas d'émissions que les téléspectateurs auront enregistrées, la tendance à omettre l'écoute des messages publicitaires ("zipping")(1), tendance qui pourrait réduire de 2 à 3 % l'impact de la publicité télévisée et amoindrir d'autant les recettes publicitaires des stations(2).

Pour parer à la concurrence des magnétoscopes, les télévisions devront vraisemblablement mettre l'accent sur des secteurs qu'aucun autre média vidéo ne pourra couvrir: mini-séries, films conçus pour la télévision, couverture en direct d'événements spéciaux et information.

---

(1) D'après Nielsen, 60 % des utilisateurs de magnétoscopes "sautent" ainsi la publicité. En outre, 20 % des émissions enregistrées ne seraient jamais visionnées.

(2) Fullerton Mimi, art. cit. pp. 7 à 11.

Les télévisions payantes, bien que lentes à démarrer au Québec, semblent connaître un regain de popularité depuis l'automne 1984. Leur portée demeure toutefois très marginale et seul le temps nous permettra d'évaluer leur éventuel impact sur les télévisions conventionnelles. Signalons toutefois que chez les francophones montréalais, 9 % des heures d'écoute allouées aux TVP l'étaient à First Choice plutôt qu'à Super Écran. Certes, les francophones sont en droit de préférer le concurrent anglophone de Super Écran mais, si cette tendance devait prendre de l'importance, il y aurait sans doute lieu d'examiner les raisons de ce choix(1).

Les canaux spécialisés actuellement offerts sont tous de langue anglaise. Le plus écouté demeure Much Music qui récolte 89 % des heures allouées par les francophones du Québec à ce type de canal. Pour l'instant, seuls trois canaux spécialisés américains (Cin Max, ESPN et USA) sont écoutés par les francophones, mais ils représentent à peine 0,01 % de l'écoute totale, l'équivalent de ce que représente TSN. Soulignons que les trois canaux américains mentionnés ci-haut n'ont pas reçu l'autorisation du CRTC pour être retransmis par les câblodistributeurs. L'écoute qu'ils recueillent n'est donc possible que grâce à l'utilisation de soucoupes.

Des canaux du câble, il y a peu à dire sinon qu'ils varient d'un câblodistributeur à l'autre et que l'écoute qui leur est allouée est environ deux fois supérieure à celle qui est donnée aux canaux spécialisés (0,3 % de l'écoute totale).

Au sujet de TVFQ, il faut souligner que, depuis son instauration au Québec, en 1979, cette télévision française voyait croître -- très doucement, il est vrai -- son impact au Québec. Le recul, au niveau de l'écoute, en 1984 par rapport à 1983, clôt cependant assez mal le bilan des cinq premières années de TVFQ. Le sondage de l'automne 1984 donne, en effet, à TVFQ, une écoute à peine supérieure à celle qu'elle avait obtenue en 1981. Pourtant, TVFQ est plus accessible aux francophones

(1) D'autant plus que les anglophones montréalais n'écoutaient pas du tout Super Écran à l'automne 1984.

québécois que ne leur sont les TVP, les canaux spécialisés ou les magnétoscopes. Les téléspectateurs qui l'écoutent (6 % de la population francophone totale), cependant, ne lui consacrent que 1,4 heures par semaine, ce qui est inférieur au temps consacré à chacun des autres services dont nous avons parlé dans cette section. Au moment du renouvellement de l'entente sur TVFQ, il y a sans doute lieu de réfléchir aux raisons qui font que les francophones demeurent peu attirés par la télévision française au Québec.

2.2 L'écoute des télévisions conventionnelles

Malgré la menace éventuelle que pourraient constituer, à long terme, les "nouveaux services" pour les réseaux de télévision établis depuis longtemps au pays, les téléspectateurs, en 1984, écoutaient encore très majoritairement les télévisions auxquelles ils ont été habitués durant de nombreuses années.

On doit noter, toutefois, la tendance à la baisse, depuis quelques années, du nombre d'heures d'écoute per capita de ces télévisions. Cette tendance s'est atténuée, en 1984, chez les francophones n'habitant pas Montréal mais se maintient auprès des Montréalais où elle est d'ailleurs plus évidente (voir tableau 8).

Tableau 8

Heures d'écoute per capita des télévisions conventionnelles (canadiennes et américaines) chez les francophones du Québec, 1976-1984.

	1976	1978	1979	1981	1982	1983	1984
Francophones							
de Montréal	24,1	23,6	22,5	22,9	22,7	21,9	21,4
hors Montréal	24,9	24,5	26,5	25,7	25,0	23,2	25,8

On ne peut, ici, parler d'un phénomène urbain puisque chez les Montréalais de langue anglaise, le nombre d'heures d'écoute est plus élevé et plus stable jusqu'en 1983 (entre 24 et 25 heures) et ne diminue qu'à l'automne 1984 (21,2 heures).

Le seul facteur permettant d'expliquer pourquoi l'écoute des francophones montréalais n'a pas subi, en 1984, la hausse prévue, est celui de l'écoute allouée aux stations francophones. De fait, comme les autres Québécois, les Montréalais avaient réduit leur écoute aux stations francophones en 1982 par rapport à 1981 (-3 %) et en 1983, par rapport à 1982 (-9 %). La hausse importante qu'ont connu Radio-Canada, TVA (surtout) et Radio-Québec en 1984 fut cependant globale à l'extérieur de Montréal tandis qu'à Montréal, Radio-Canada baissait un peu en popularité, Radio-Québec demeurait stable et TVA remontait de façon importante (+20 %) mais moins que dans le reste du Québec (+24 %) (voir tableau 9).

Tableau 9

Heures d'écoute per capita de Radio-Canada, TVA et Radio-Québec chez les francophones du Québec, 1981-1984.

	1981	1982	1983	1984
Francophones				
de Montréal				
RC	6,9	7,2	7,6	7,4
TVA	10,2	9,3	7,0	8,4
RQ	0,8	0,8	1,1	1,1
Total	17,9	17,3	15,7	16,9
% d'accroissement	-	-3 %	-9 %	+8 %
hors Montréal				
RC	9,3	9,6	9,7	10,4
TVA	13,5	12,3	10,0	12,4
RQ	0,5	0,7	0,9	1,1
Total	23,3	22,6	20,6	23,9
% d'accroissement	-	-3 %	-9 %	+16 %

L'essentiel de l'écoute télévisuelle des francophones québécois est, depuis toujours, centré sur Radio-Canada et TVA. Ces deux réseaux, jusque vers le milieu des années soixante-dix, détenaient une sorte de monopole, dans le domaine de la télévision au Québec, puisque 80 % de l'écoute totale de tous les Québécois (population anglophone incluse) leur était consacrée. Dès 1976, cette part se maintint plutôt à 75 %. Et, depuis 1982, elle est de 70 %(1). Avec les années, donc, même s'ils continuent à dominer la scène télévisuelle québécoise, les réseaux de Radio-Canada et TVA subissent les conséquences d'une concurrence grandissante. Cette concurrence est davantage ressentie à Montréal que dans le reste de la province puisqu'en 1984, les francophones de l'extérieur de Montréal allouaient toujours 87 % de leur écoute à Radio-Canada et TVA alors que les téléspectateurs montréalais ne leur en allouaient que 71 %. La différence est sensible.

Bien que Radio-Canada soit une télévision publique, son mandat est suffisamment large pour que la principale distinction que l'on puisse faire entre ses grilles horaires et celles des stations de TVA se situe beaucoup plus au niveau des budgets de programmation (plus élevés à Radio-Canada, forcément) qu'au niveau des genres diffusés. Le réseau public et le réseau privé s'affrontent, en effet, sur le même terrain: téléromans, longs métrages, retransmissions sportives, émissions de variétés et bulletins d'information constituent les éléments-clé de chacun de ces réseaux. À ce chapitre on notera plus de différences entre le réseau français de Radio-Canada et son réseau anglais qu'entre Radio-Canada et TVA (voir tableau 10).

Le plus étonnant, alors, est sans doute de constater qu'avec des budgets bien inférieurs à ceux de Radio-Canada, les stations de TVA réussissent à s'imposer comme étant les plus populaires auprès des téléspectateurs et ce, depuis près de dix ans dans l'ensemble du Québec(2).

---

(1) En 1983, elle descendait à 66 %.

(2) Sauf en 1983, année de la grève de Télé-Métropole, où la cote du réseau TVA a chuté radicalement.

Tableau 10

Répartition des heures offertes par les réseaux au Québec selon les grands genres d'émissions, automne 1982.

	TVA	RC	RQ	CTV	CBC
information	42 %	40 %	79 %	32 %	52 %
divertissement	55 %	53 %	19 %	60 %	38 %
arts, lettres et sciences	*	*	2 %	*	1 %
sports	2 %	7 %	-	8 %	9 %

* moins de 0,5 %

Source: Compilation spéciale de Statistique Canada, sous-division de la culture.

La seule véritable solution de rechange francophone, parmi les télévisions conventionnelles, est donc Radio-Québec. Malgré les accusations qui lui sont faites depuis un an, laissant sous-entendre que cette télévision ressemble de plus en plus aux deux autres, il ne fait aucun doute que la programmation de Radio-Québec se distingue de celles de Radio-Canada ou de TVA. Cela se vérifie non seulement au niveau des genres diffusés (voir tableau 10) mais aussi au niveau de la provenance des émissions (voir tableau 11). Radio-Québec, toutefois, même si elle voit croître son audience d'année en année, se situe encore loin derrière Radio-Canada et TVA.

Tableau 11

Répartition des heures offertes par les réseaux au Québec selon la provenance des émissions, automne 1982.

	TVA	RC	RQ	CTV	CBC
Canada	57 %	59 %	66 %	51 %	69 %
U.S.A.	26 %	19 %	3 %	49 %	27 %
France	2 %	3 %	13 %	-	-
Autres pays	16 %	18 %	17 %	-	3 %

Source: Compilation spéciale de Statistique Canada, sous-division de la culture.

Dans le cas où une nouvelle chaîne privée s'installerait à Montréal, on peut d'ors et déjà prévoir que sa programmation sera largement constituée d'émissions de divertissement et qu'un grand nombre de ces émissions seront d'origine américaine. En effet pour des raisons économiques, les télévisions privées choisissent généralement d'accorder la priorité au divertissement et à l'acquisition, plutôt qu'à l'information et aux grandes productions-maison. Au Canada anglais, l'arrivée de télévisions indépendantes dans cinq marchés a eu pour effet, dans chaque cas, d'accroître l'offre d'émissions américaines et de susciter la production d'émissions canadiennes peu coûteuses(1).

Cela pourra d'autant plus s'appliquer à une télévision francophone qu'à l'instar des téléspectateurs de la plupart des pays occidentaux, les francophones du Québec accordent une nette préférence aux émissions de fiction (longs métrages, mini-séries, feuilletons) et de divertissement (spectacles, "talk-shows", jeux): plus de 60 % des heures d'écoute qu'ils consacrent aux stations francophones et près de 80 % des heures aux stations anglophones sont dirigées vers des émissions de cette catégorie(2).

Dans l'optique d'une plus grande diversification des contenus télévisuels francophones et compte tenu de l'arrivée d'une nouvelle télévision, il y aurait peut-être lieu d'encourager Radio-Canada à délaisser certains genres plus commerciaux pour concentrer ses efforts dans les domaines relevant plus naturellement du secteur public (émissions pour enfants, information, productions dramatiques).

---

(1) Balcon, David. Analysis of viewing to stations in four major english-speaking markets: The impact of Third Service Entry, mai 1984, p. 2.

(2) Compilation spéciale de Statistique Canada, sous-division de la culture.

3. L'ATTRAIT DES TÉLÉVISIONS DE LANGUE ANGLAISE

Malgré la forte popularité de TVA, la relative stabilité de Radio-Canada et la tranquille ascension de Radio-Québec, malgré l'arrivée de TVFQ en 1979 et la prédominance chez les francophones de Super Écran sur First Choice, les télévisions francophones sont de plus en plus menacées par leurs concurrentes de langue anglaise.

3.1 La régression des transferts d'écoute

La progression des stations anglophones dans les marchés francophones fut telle, à Montréal surtout, jusqu'en 1983, qu'on parla avec inquiétude et non sans raisons, de "transferts d'écoute" (voir tableau 12) dont les conséquences, à long terme, pouvaient devenir catastrophiques pour toute l'industrie francophone. Fort heureusement les sondages et les programmations de l'automne 1984 démontrèrent, d'une part, que cette tendance n'est pas irréversible et, d'autre part, que si elles y mettent les efforts nécessaires, les télévisions francophones sont en mesure de relever le défi de la concurrence.

Tableau 12

Répartition de l'écoute des francophones québécois selon la langue des télévisions écoutées, 1976-1984

	1976	1978	1979	1981	1982	1983	1984
Francophones							
de Montréal							
TV francophones	86 %	82 %	83 %	79 %	76 %	71 %	78 %
TV anglophones	14 %	18 %	17 %	20 %	23 %	28 %	20 %
canaux du câble et vidéo-cassettes	-	-	-	*	1 %	1 %	2 %
hors Montréal							
TV francophones	94 %	92 %	92 %	89 %	90 %	89 %	92 %
TV anglophones	6 %	8 %	8 %	9 %	10 %	11 %	7 %
canaux du câble et vidéo-cassettes	-	-	-	*	*	1 %	1 %

* moins de 0,5 %.

Les études d'André Caron et Luc Giroux démontrent clairement le lien, chez les francophones, entre la compréhension de la langue anglaise et/ou le fait d'être abonné à la câblodistribution et l'écoute croissante des télévisions anglophones, canadiennes-anglaises surtout chez les bilingues et américaines chez ceux qui ont le câble(1). Si, de 1976 à 1984, l'écoute de stations anglophones était toujours plus forte chez les Montréalais que chez les autres Québécois, chez les bilingues que chez les unilingues et chez ceux qui ont le câble que chez ceux qui ne l'ont pas, il reste que l'écoute anglophone était en progression jusqu'en 1983 mais a chuté en 1984 parmi tous les groupes observés.

3.2 L'importance des programmations offertes

Comme nous l'avons déjà noté dans ce texte, les grilles horaires des stations anglophones n'offraient pas, à l'automne 1984, les émissions spéciales qui, normalement, leur attirent de très grands auditoires. Les élections américaines qui eurent lieu au coeur de la période des sondages BBM bouleversèrent les programmations des stations américaines et privèrent le réseau CTV de longs métrages et mini-séries qu'il repique habituellement à ces stations. La chute inattendue du nombre d'heures d'écoute des anglophones montréalais semble bien corroborer l'hypothèse de faiblesses exceptionnelles des grilles horaires anglophones à l'automne 1984 qui auraient desservi les stations de langue anglaise. À preuve, peut-être, le fait que 20 % des anglophones montréalais se soient tournés vers les stations francophones qu'ils ont écoutées durant, en moyenne, 4,5 heures par semaine, ce qui ne s'était vu durant aucun des onze sondages précédents (printemps, étés et automnes 1981 à 1984).

La régression des "transferts d'écoute" pourrait donc n'être que le résultat de circonstances favorables aux stations francophones: les grilles très soignées de CFTM opposées à celles, exceptionnellement faibles, de CFCF. Car l'enjeu de l'écoute s'est surtout situé entre ces deux stations.

---

(1) Caron, André et Luc Giroux. Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision de langue anglaise: évolution 1976-1984, mars 1985.

La vigilance au sujet des transferts d'écoute est d'autant plus de mise que, si on observe la performance des stations francophones durant les saisons estivales, on constate que l'écoute qui leur est consacrée par les francophones montréalais est en décroissance depuis 1981: 77 % en 1981, 73 % en 1982, 69 % en 1983 et 64 % en 1984. Certes, les téléspectateurs à l'écoute sont alors beaucoup moins nombreux. Mais ceux qui choisissent d'écouter la télévision accordent une préférence de plus en plus grande aux stations de langue anglaise.

Ces différents éléments nous semblent confirmer une fois de plus l'assertion qui veut que les téléspectateurs choisissent des émissions et non des stations. La perception négative des télévisions francophones, qui ressortait des consultations faites auprès des téléspectateurs(1), laisse supposer que la production télévisuelle francophone d'ici aurait peut-être besoin d'être renouvelée et améliorée.

(1) Éconosult Inc. Consultation des groupes de téléspectateurs: synthèse des échanges, février 1985, pp. 5-8.

CONCLUSION

Très sommairement, trois tendances se dégagent des habitudes d'écoute des téléspectateurs francophones deupis quelques années.

En premier lieu, il semble que le temps alloué par chacun à la télévision soit en baisse dans la région de Montréal mais reste plus fluctuant en dehors de Montréal. La baisse notée à Montréal pourrait n'avoir rien d'alarmant dans la mesure où on a remarqué des baisses semblables dans certains marchés anglophones du Canada(1). Toutefois, à Montréal, elle est très régulière et il semble que les francophones de Montréal soient parmi les plus faibles consommateurs de télévision au Canada. Si leur seuil d'écoute devait continuer de décroître durant encore quelques années, cela pourrait avoir des répercussions pour les télévisions d'ici, d'autant plus que les auditoires, de plus en plus, seront appelés à se fragmenter.

Les deux autres tendances qui se dégagent touchent cette fragmentation. Tout juste perceptible en 1984, l'écoute allouée aux "nouveaux services" en télévision, particulièrement peut-être l'usage de magnétoscopes, se développera vraisemblablement à un rythme croissant. Par ailleurs, les francophones québécois, longtemps perçus comme un public captif, sont aussi, plus qu'autrefois, sollicités par les télévisions anglophones et plus réceptifs dans la mesure où ils sont de plus en plus nombreux à être bilingues et à s'abonner à la câblodistribution.

La concurrence est donc double pour les stations francophones. Pour cette raison, sans doute, des réaménagements seront à faire et pour des questions de rentabilité économiques, les stations mettront sans doute en oeuvre d'elles-mêmes les mesures qui leur permettront d'obtenir des cotes d'écoute élevées. Les stations privées, en tout cas, certainement. CFTM, déjà, l'a compris en 1984.

---

(1) CRTC. Competition in Private Canadian Television Brosdcasting. Part 1. The Impact of Increased Competition, 1972-1982, march 1984, p. 12.

Dans la mesure où une nouvelle télévision privée doit s'installer prochainement à Montréal, il ne faudra peut-être plus attendre des télévisions publiques (Radio-Canada surtout) des performances égales à celles des télévisions privées au niveau de l'écoute. Par contre, il est possible que certains secteurs reviennent d'office à Radio-Canada, Radio-Québec et TVOntario (section francophone). Nous pensons ici aux grandes productions dramatiques faites ici, au recours aux producteurs indépendants et à la production d'émissions moins "rentables" (enfants, information, documentaires et culture).

Au niveau des principes, l'objectif fondamental de la télévision francophone est certainement de viser l'excellence. Tous peuvent rêver, en effet, d'une télévision innovatrice, concurrentielle et diversifiée dont la qualité se maintiendrait douze mois par année quelles que soient les périodes de sondages auprès des téléspectateurs. Sur un plan très pratique, par ailleurs, le renouvellement et l'innovation sont des options coûteuses et, à cause d'un marché francophone restreint, la fabrication de produits compétitifs demeure un défi de taille.

La seule avenue possible semble être l'ouverture sur de nouveaux marchés. L'exportation doit en effet, selon nous, devenir la priorité des années à venir. Le marché francophone mondial représente environ 120 millions de téléspectateurs potentiels et les techniques de doublage et de traduction élargissent encore les perspectives. Que nous n'ayons aucune tradition en exportation ne doit pas signifier que nous ne devions jamais en avoir.

LISTE DES ÉTUDES CONTRIBUTIVES AU RAPPORT SUR L'AVENIR DE LA TÉLÉVISION FRANCOPHONE. DISPONIBLES À LA DIRECTION DES COMMUNICATIONS DU MINISTÈRE DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC. JEAN SAVARD : 1-418-643-1529

Le doublage (Michèle Lagueux et Danielle Charron)

Les organismes d'aide à la production télévisuelle : Description et évaluation (Réal Gauthier)

La situation de la télévision francophone : Compte rendu des consultations des spécialistes en télévision (Gisèle Simard et Monique Caron-Bouchard)

Les goûts et les besoins des téléspectateurs : Compte rendu des consultations de groupes de téléspectateurs (Gisèle Simard et Monique Caron-Bouchard)

Étude sommaire du projet de règlement sur la télédistribution et la télévision par abonnement (Mireille Beaudet et Pierre Trudel)

Évolution récente de la câblodistribution au Québec : Télévision payante, canaux spécialisés, concurrence et infrastructures de redistribution (Claire Dussault, Henri Dupont et Jean-Pierre Pelletier)

Évolution de l'industrie de la production cinématographique indépendante (Michel Houle)

Le marché de la publicité télévisuelle au Québec : Estimations des recettes et prévisions pour 1985-1990 (Robert Gosselin, Hamid Baghdadi et Guy Rivest)

Économie de l'industrie de la télévision privée au Québec (Claude Garon)

Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision (Christine Eddie)

Programmations francophones et anglophones : Le jeu de la concurrence (Christine Eddie)

La télévision francophone au Québec : Structure, comportement et performance (Alain Lapointe)

Évolution des exportations, des importations et des coproductions (Michèle Lagueux)

Portrait de l'industrie de la câblodistribution (Jean-Marc Veilleux)

Importance de la télévision au Québec (Céline Perron)

Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision de langue anglaise : 1976-1984 (Luc Giroux et André H. Caron)